

**Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»**

**Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории**



УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись)

25 апреля 2023 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В СЕРВИСНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

По направлению подготовки 43.03.01 Сервис
Профиль: «Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация гостеприимства в сервисной деятельности» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис. – 31 с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация гостеприимства в сервисной деятельности» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 514, с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г.).

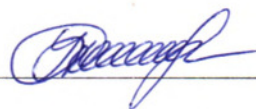
СОСТАВИТЕЛЬ:

старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории
Стрижко Е.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории 21.03.2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой

управления персоналом и экономической теории



Чумаченко Г.В.

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы 12.04.2023 г., протокол №8.

Председатель учебно-методической

комиссии института управления и государственной службы



Резник А.А.

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – заключается в подготовке специалистов нового поколения, подготовка квалифицированного выпускника, формирующего и реализующего сервисный продукт для удовлетворения требований потребителей, а также организующего комплексное сервисное обслуживание в основных секторах сервиса региона и в сфере гостеприимства, обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов в области разработки и реализации сервисных услуг, обладающего качествами, удовлетворяющими требования потребителей, организации комплексного сервисного обслуживания в основных секторах сервиса на основе формирования и развития профессионально важных качеств, навыков и индивидуальности будущего специалиста в сочетании с требованиями новых технологий и современных организаций и предприятий сервиса.

Задачи:

- уметь разрабатывать элементы оптимизации сервисной деятельности;
- участвовать в исследованиях потребительского спроса;
- проводить мониторинг потребностей;
- принимать участие в исследованиях особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов;
- принимать участие в исследовании и реализации методов управления качеством, стандартизации и сертификации изделий и услуг, формировании клиентурных отношений.
- уметь выбрать оптимальные процессы сервиса, соответствующего запросам потребителя, организовывать процесс предоставления услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, развитие клиентурных отношений;
- проводить оценку производственных и непроизводственных затрат на обеспечение деятельности предприятия сервиса.
- использовать современные информационные технологии в процессе профессиональной деятельности в сфере услуг.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Организация гостеприимства в сервисной деятельности» относится к циклу дисциплин (модули) по выбору (Б1. В.ДВ.04.01).

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знания области анализа рынка и конкурентной среды, опыта работы с бизнес-планированием и управления бизнес-процессами, а также понимание принципов разработки маркетинговых стратегий и целей компании; специфики сферы сервиса и эффективности внедрения изменения на предприятиях; умения проводить стратегический анализ и оценивать результаты деятельности предприятий сферы сервиса, выявлять факторы успеха; осуществлять планирование ресурсов проектов предприятий сферы сервиса, контролировать процессы реализации проекта, навыки навыками обоснования корпоративной и функциональной стратегии развития предприятий сферы сервиса; навыки разработки программы изменений на предприятиях сферы сервиса, преодоления сопротивления их внедрению.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Безопасность жизнедеятельности», «Экономическая теория», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе», «Организация бизнес-процессов» и служит основой для освоения дисциплин: «Основы экономики предприятия сервиса», «Технологии менеджмента в сфере услуг», «Безопасность обслуживания потребителей», «Рекламная деятельность в сфере услуг» и служит основой для последующего выполнения заданий учебной (технологической) и производственной (технологической) практики.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ПК-4. Осуществляет проектирование, оптимизация и контроль исполнения бизнес-процессов, обеспечивающих высокое качество и эффективность оказания услуг	ПК-4.1 Знаком с принципами организации гостеприимства и умеет применять их в различных сферах сервиса	знать: сущность клиентоориентированного подхода, терминологию сервисной деятельности; принципы организации сервисной службы; методы работы с клиентской базой; этику сферы бизнеса и услуг, управленческую этику, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания уметь: бесконфликтно решать проблемы, возникающие при работе с клиентами; оценивать особенности индивидуальных и корпоративных клиентов; работать в контактной зоне как сфере реализации клиентоориентированного подхода; работать с претензиями клиентов владеть: системным подходом к решению проблем в клиентском сервисе; методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности; приемами работы с индивидуальными и корпоративными клиентами

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	72 (2 зач. ед)	72 (2 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	36	8
Лекции	18	4
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	18	4
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	36	64
Форма аттестации	зачет	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Дисциплина изучается в 7 семестре.

Тема 1. ВВЕДЕНИЕ В СЕРВИСНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цели и задачи изучения дисциплины «Сервисная деятельность». Междисциплинарный характер дисциплины. Основные термины и понятия. Сущность понятий «сервис» и «сервисная деятельность». Основные задачи системы сервиса. Функции сервиса. Сервис как деятельность. Сервис как услуга. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.

Тема 2. ИСТОРИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира. Специфика услуг в средневековом западноевропейском обществе. Развитие сферы услуг в древневосточном обществе. Характеристика признаков сервиса индустриального общества. Развитие сферы обслуживания в России XVII-XIX вв. Отличительные черты сферы услуг советского периода.

Тема 3. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА

Методологические основы сервисной деятельности. Подход к изучению сервисной деятельности в рамках «общества потребления». Теоретические основания сервисной деятельности.

Тема 4. ВИДЫ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Виды сервисной деятельности. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека. Виды сервиса. Основные подходы к осуществлению сервиса. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса. Общероссийский классификатор услуг населению – ОКУН (ОК 002-93).

Тема 5. ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Обслуживание: понятие, цель формы и методы. Обслуживание потребителей в стационарных условиях. Обслуживание с выездом на дом. Бесконтактное обслуживание. Самообслуживание. Качество услуг сервисной деятельности. Полезные свойства услуги. Характеристики услуги, обеспечивающие ее способность удовлетворять определенные потребности. Качество услуги с точки зрения потребителя. Понятие «относительное качество». Методика выявления относительного качества. Показатель качества услуги (обслуживания).

Тема 6. УСЛУГА: СУЩНОСТЬ, КЛАССИФИКАЦИЯ

Сущность понятия «услуга». Классификация услуг. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ). Единство рынка услуг и товарного рынка. Услуги общественного питания, гостиничные услуги, Виды туристских услуг, сервисная деятельность в сфере рекреации, отдыха и развлечений.

Тема 7. «КОНТАКТНАЯ ЗОНА» - СФЕРА РЕАЛИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Общение участников сервисной деятельности. Сценарий обслуживания. Сущность понятия «контактная зона». Модель принятия решения на покупку услуг. Тактика обслуживания на этапах совершения заказа. Жалобы и конфликты при обслуживании клиентов. Рекомендации по ведению диалога. Рекомендации по внешнему виду сотрудника контактной зоны.

Тема 8. СЕРВИС С УЧЕТОМ СПЕЦИФИКИ КЛИЕНТОВ

Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.

Тема 9. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СЕРВИСА С УЧЕТОМ НАЦИОНАЛЬНЫХ, РЕГИОНАЛЬНЫХ, ЭТНИЧЕСКИХ, ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ И ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Регион, влияние региональных особенностей на деятельность и экономическую активность населения, особенности сервисной деятельности с учетом национальных, этнических, демографических и природно-климатических факторов.

Тема 10. КУЛЬТУРА СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Понятие «культура сервисного обслуживания». Профессиональные характеристики сотрудника сферы сервиса. Психологические особенности процесса обслуживания клиентов. Этика обслуживания. Основные нормы служебной этики работников сервисной деятельности. Служебный этикет работников сервисной деятельности. Эстетика обслуживания.

Тема 11. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО СЕРВИСА

Специфика развития информационного общества. Содержание понятий «информационный продукт», «индустрия коммерческого распространения информации». Сущностные характеристики информационной услуги. Виды информационных услуг.

Тема 12. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЕРВИСНОГО ПРАВА

Защита прав потребителя Система государственного контроля качества предоставляемых услуг. Правила бытового обслуживания населения в РФ. Правила оказания услуг общественного питания. Общественный контроль качества предоставляемых услуг.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Введение в сервисную деятельность	1	1
2	История сервисной деятельности	1	0,5
3	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	1	
4	Виды сервисной деятельности	1	0,5
5	Теория организации обслуживания	1	
6	Услуга: сущность, классификация	1	
7	«Контактная зона» - сфера реализации сервисной деятельности	2	
8	Сервис с учетом специфики клиентов	2	1
9	Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания	2	1
10	Культура сервисного обслуживания	2	
11	Тенденции развития информационного сервиса	2	
12	Общая характеристика сервисного права	2	
Итого:		18	4

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Введение в сервисную деятельность	2	1
2	Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека	2	
3	Виды сервисной деятельности	2	
4	Теория организации обслуживания	2	1
5	«Контактная зона» - сфера реализации сервисной деятельности	2	1
6	Общая характеристика сервисного права	2	
7	Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания	2	1
8	Культура сервисного обслуживания	2	
9	Общая характеристика сервисного права. Защита прав потребителя	2	

Итого:	18	4
---------------	-----------	----------

4.5. Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Междисциплинарный характер дисциплины «Сервисная деятельность». Основные термины и понятия сервисной деятельности. Сущность понятий «сервис» и «сервисная деятельность». Основные задачи и функции системы сервиса	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	5
2	Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира. Специфика услуг в средневековом западноевропейском обществе. Развитие сферы услуг в древневосточном обществе.	Самостоятельное изучение литературы.	2	4
3	Характеристика признаков сервиса индустриального общества. Развитие сферы обслуживания в России XVII-XIX вв. Отличительные черты сферы услуг советского периода.	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	2	4
4	Методологические основы изучения сервисной деятельности в рамках «общества потребления». Теория потребительских ценностей Шета - Ньюмана - Гросса.	Самостоятельное изучение литературы.	2	5
5	Виды сервисной деятельности. Тенденции развития и принципы современного сервиса	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	5

6	Многообразие методов обслуживания потребителей. Качество услуг сервисной деятельности. Качество услуги с точки зрения потребителя.	Самостоятельное изучение литературы.	3	4
7	Понятие «относительное качество». Методика выявления относительного качества. Показатели качества услуги (обслуживания). Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	5
8	Взаимообусловленность рынка услуг и товарного рынка.	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	4
9	Услуги общественного питания. Гостиничные услуги. Виды туристских услуг.	Самостоятельное изучение литературы.	2	5
10	Сервисная деятельность в сфере рекреации, отдыха и развлечений. Общение участников сервисной деятельности. Сценарий обслуживания. Сущность понятия «контактная зона».	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	5
11	Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Сервис с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природноклиматических особенностей обслуживания. Культура сервисного обслуживания	Самостоятельное изучение литературы.	2	4
12	Психологические особенности процесса обслуживания клиентов.	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	3	5

13	Этика обслуживания. Основные нормы служебной этики работников сервисной деятельности. Служебный этикет работников сервисной деятельности. Эстетика обслуживания. Специфика развития информационного общества.	Самостоятельное изучение литературы.	3	4
14	Сущностные характеристики информационной услуги. Виды информационных услуг. Система государственного контроля качества предоставляемых услуг. Правила бытового обслуживания населения в РФ.	Самостоятельное изучение литературы. Подготовка реферата, доклада	2	5
Итого:			36	64

4.7. Курсовые работы/проекты по дисциплине не предполагаются учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и

особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Коноплева, Н. А. Сервис в современной культуре / Н. А. Коноплева. - Москва: Директ-Медиа, 2020. - 332 с. - ISBN 978-5-4499-0715-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1963318>

2. Сервис: термины и понятия: словарь / под ред. О.Я. Гойхмана. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-014474-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1167070>.

3. Сервис: организация, управление, маркетинг: учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитоновна. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 249 с. - ISBN 978-5-394-03140-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081771>

4. Якуба В. Сервис. Как завоевать доверие клиентов и повысить продажи: практическое руководство / В. Якуба. - Санкт-Петербург: Питер, 2021. - 192 с. - (Бизнеспсихология). - ISBN 978-5-4461-1803-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817713> (дата обращения: 25.09.2022). - Режим доступа: по подписке.

б) дополнительная литература:

1. Бичик С.В., Словарь экономических терминов / С.В. Бичик, А.С. Даморацкая, И.В. Даморацкая - Минск: Выш. шк., 2009. - 271 с. - ISBN 978-985-06-1650-0 - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9789850616500.html>.

2. Резник, Г. А. Сервисная деятельность: учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (высшее образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803>.

3. Сервис Plus: научный журнал. - Москва: РГУТиС, 2022. - Т. 16, № 3. - 147 с. - ISSN 1993-7768. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1985778>.

4. Гукова О. Н. Гостеримство в сфере сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. Н. Гукова, А. М. Петрова. — Москва: ФОРУМ, 2017. — 176 с.: ил. — (Профессиональное образование). - Текст: электронный. - URL: <https://new.znanium.com/document?id=303939>.

4. Шапкин И.Н., Словарь терминов и понятий: учебное пособие / Шапкин И.Н. - М.: Прометей, 2018. - 92 с. - ISBN 978-5-907003-78-1 - Текст: электронный // ЭБС

"Консультант студента»: [сайт]. - URL:
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785907003781.html>.

в) методические рекомендации:

г) интернет-ресурсы:

1. Научная электронная библиотека Elibrary – Режим доступа: URL:
<http://elibrary.ru/>
2. Справочная правовая система «Консультант Плюс» – Режим доступа: URL:
<https://www.consultant.ru/sys/>
3. Научная библиотека имени А. Н. Коняева – Режим доступа: URL:
<http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Организация гостеприимства в сервисной деятельности»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-4 Осуществляет проектирование, оптимизация и контроль исполнения бизнес-процессов, обеспечивающих высокое качество и эффективность оказания услуг	Пороговый	знать: сущность клиентоориентированного подхода, терминологию сервисной деятельности; принципы организации сервисной службы; методы работы с клиентской базой; этику сферы бизнеса и услуг, управленческую этику, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания
Основной		Базовый	уметь: бесконфликтно решать проблемы, возникающие при работе с клиентами; оценивать особенности индивидуальных и корпоративных клиентов; работать в контактной зоне как сфере реализации клиентоориентированного подхода; работать с претензиями клиентов
Заключительный		Высокий	владеть: системным подходом к решению проблем в клиентском сервисе; методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности; приемами работы с индивидуальными и корпоративными клиентами

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-4	Осуществляет проектирование, оптимизация и контроль исполнения бизнес-процессов, обеспечивающих высокое качество и эффективность оказания услуг	ПК-4.1 Знаком с принципами организации гостеприимства и умеет применять их в различных сферах сервиса	Тема 1. <i>Введение в сервисную деятельность</i> Тема 2. <i>История сервисной деятельности</i> Тема 3. <i>Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека</i> Тема 4. <i>Виды сервисной деятельности</i> Тема 5. <i>Теория организации обслуживания</i> Тема 6. <i>Услуга: сущность, классификация</i> Тема 7. <i>«Контактная зона» - сфера реализации сервисной деятельности</i> Тема 8. <i>Сервис с учетом специфики клиентов</i> Тема 9. <i>Теория и практика сервиса с учетом национальных, демографических особенностей обслуживания</i> Тема 10. <i>Культура сервисного обслуживания</i> Тема 11. <i>Тенденции развития информационного сервиса</i> Тема 12. <i>Общая характеристика сервисного права</i>	4

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1.	ПК-4. Осуществляет проектирование, оптимизация и контроль исполнения бизнес-процессов, обеспечивающих высокое качество и эффективность оказания услуг	ПК-4.1 Знаком с принципами организации гостеприимства и умеет применять их в различных сферах сервиса	Знать сущность клиентоориентированного подхода, терминологию сервисной деятельности; принципы организации сервисной службы; методы работы с клиентской базой; этику сферы бизнеса и услуг, управленческую этику, этику партнерских отношений, эстетику обслуживания Уметь бесконфликтно решать проблемы, возникающие при работе с клиентами; оценивать особенности индивидуальных и корпоративных клиентов; работать в контактной зоне как сфере реализации клиентоориентированного подхода; работать с претензиями клиентов Владеть навыками системного подхода к решению проблем в клиентском сервисе; методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителем в процессе сервисной деятельности; приемами работы с индивидуальными и корпоративными клиентами	Тема 1. <i>Введение в сервисную деятельность</i> Тема 2. <i>История сервисной деятельности</i> Тема 3. <i>Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека</i> Тема 4. <i>Виды сервисной деятельности</i> Тема 5. <i>Теория организации обслуживания</i> Тема 6. <i>Услуга: сущность, классификация</i> Тема 7. <i>«Контактная зона» - сфера реализации сервисной деятельности</i> Тема 8. <i>Сервис с учетом специфики клиентов</i> Тема 9. <i>Теория и практика сервиса с учетом национальных, демографических особенностей обслуживания</i> Тема 10. <i>Культура сервисного</i>	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

				<i>обслуживания</i> Тема 11. <i>Тенденции развития информационного сервиса</i> Тема 12. <i>Общая характеристика сервисного права</i>	доклад, сообщение, тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
--	--	--	--	--	---

1. Типовые тестовые задания

(пороговый уровень)

1. Совокупность установленных производителем и/или санкционированных государством норм и правил, соблюдение которых обеспечивает безопасность жизни и здоровья, сохранение имущественных интересов и моральных ценностей человека:

- а) права потребителей;
- б) модель организации производства услуги;
- в) гарантии предоставления услуги;
- г) принципы системы качества.

Ответ: а.

2. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя:

- а) качество;
- б) аттрактивность;
- в) оценка;
- г) эффективность.

Ответ: а.

3. Понятие «воспринятое качество» определяется:

- а) как соотношение ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги;
- б) как исполнение договорных обязательств;
- в) как понимание персоналом своей ответственности за качество услуги;
- г) как улучшение качества одной услуги за счет предоставление «пакета» услуг.

Ответ: а.

4. Гарантии предприятия сферы туризма выступают как:

- а) маркетинговый инструмент;
- б) защита от претензий потребителя;
- в) инструмент поддержания приверженности клиентов фирме;
- г) обязательства перед страховой фирмой.

Ответ: а, в.

5. Петля качества — это:

- а) модель организации производства услуги;
- б) опросный лист потребителя услуги;
- в) название программного обеспечения тестирования услуги;
- г) заключительный документ (акт) проверки предприятия сервиса.

Ответ: а.

6. Главная детерминанта в формировании турпродукта дестинации:

- а) природно-климатические условия;
- б) целевая туристская инфраструктура;
- в) мотивация потребителей;
- г) туристская политика региона.

Ответ: в.

7. Жизненный цикл турпродукта

- а) совпадает с жизненным циклом дестинации;
- б) не совпадает с жизненным циклом дестинации.

Ответ: а.

8. Показатели качества услуги:

- а) функционального назначения;
- б) социального назначения;
- в) эргономические показатели;
- г) экономические показатели.

Ответ: б, в.

9. Показатели качества услуги:

- а) показатели безопасности;
- б) патентно – правовые показатели;
- в) показатели стандартизованности;
- г) показатели спроса.

Ответ: а, б, в.

10. Ресурсы улучшения туристского продукта:

- а) устойчивая обратная связь с потребителем;
- б) конкуренция;
- в) повышение квалификации сотрудников;
- г) устойчивый спрос на продукт.

Ответ: а, б, в.

11. Спрос на товары характеризуется:

- а) эластичностью;
- б) замещаемостью;
- в) рациональностью выбора;
- г) зависимостью от наличия сертификата качества.

Ответ: а, б.

12. Сегментация предложения продукта:

- а) обеспечивает быстрые темпы продаж продукта;
- б) снижает риски работы фирмы;
- в) ведет к повышению затрат на рекламную продукцию;
- г) изменяет технологии работы в паре «агент – оператор».

Ответ: а, б.

13. Предприятие отказывается предоставить информацию о компании, которая предоставляет услуги за рубежом. Правомерно ли это?

- а) да, это может быть коммерческой тайной;
- б) нет, это обязательная информация для клиента;
- в) да, так как могут быть изменения в системе оказания услуг.

Ответ: б.

15. Требования к брендовым турпродуктам дестинации:

- а) аутентичность;
- б) уникальность;
- в) специализация кадров;
- г) соответствие тенденциям развития туризма.

Ответ: а, б, в.

16. Международные стандарты являются:

- а) обязательным документом для исполнения в любой стране;
- б) обязательным документов для исполнения в странах, которые подписали соглашения о стандартизации;
- в) обязательными для коммерческих фирм, а не для государств;
- г) необязательными для всех участников международных отношений.

Ответ: г.

17. Применение международного стандарта посредством другого нормативного документа, в котором этот стандарт был принят, называется:

- а) иерархичным;
- б) косвенным;
- в) аналогичным.

Ответ: б.

18. Выделите обозначения, связанные с международными стандартами:

- а) ISO;
- б) NEQ;
- в) GATT;
- г) UNWTO.

Ответ: а, б.

19. Международная организация по стандартизации качества создана под эгидой:

- а) ЮНЕСКО;
- б) СССР;
- в) ООН;
- г) ВТО.

Ответ: в.

20. В систему международной стандартизации входит принцип:

- а) обеспечения условий для единообразного применения стандартов
- б) модернизации стандартов с учетом рыночной конъюнктуры
- в) доступности терминологии
- г) перевод оценочных действий в электронную среду.

Ответ: а.

22. Если любимый сотрудник клиента уволился, то нужно:

- а) Предложить ему альтернативу
- б) Убедить клиента в том, что сотрудник был, не так хорош, как ему кажется.
- в) Извинится.

23. О чем должны интересоваться продавцы у клиента в первую очередь?

- а) О том, что его интересует.
- б) О нем самом.
- в) О чем-либо отвлеченном.

24. Какие три «э» необходимы, чтобы угодить клиенту?

- а) Энергия, энтузиазм, эффективность.
- б) Экономичность, эффективность, экологичность.
- в) Энтузиазм, эргономичность, эмоциональность.

25. Что такое «звонок об удовлетворении»?

- а) Выражение благодарности клиентом по телефону.
- б) Звонок клиенту с вопросом о том, доволен ли он покупкой и обслуживанием.
- в) Кнопка на кассе, которую нажимает довольный клиент, чтобы оповестить магазин о том, что он доволен обслуживанием.

26. Если сотрудник работает не эффективно, то нужно:

- а) Поработать с ним плотно, понять, почему он не эффективен и, если не поможет, то позволить ему уйти.

б) Уволить его, ведь конкуренция свирепа.

27. Что делать, если выяснится, что люди зарабатывают слишком много в вашей компании?

а) Сгладить несправедливость, пересмотрев их контракт и понизить оплату.

б) Установить фиксированную оплату на данном уровне.

в) Не пытаться снизить их оплату, а подумать, каким образом они и компания могут получать еще больше.

28. Всегда ли клиент прав?

а) Всегда.

б) До определенного предела.

в) Не всегда.

29. Лучшей рекламой является:

а) Телевизионная.

б) Контекстная в сети интернет.

в) «Из уст в уста».

30. Что является видом индивидуального маркетинга?

а) Массовая интернет-рассылка.

б) Сбор данных о покупателях.

в) Письмо.

31. Что такое внутренний менеджмент?

а) Менеджмент внутри коллектива.

б) Самодисциплина.

в) Менеджмент в семье.

32. Если вы допустили ошибку в обслуживании клиента, то:

а) Признайте ее, извинитесь и исправьте.

б) Не признавайте ошибку ни в коем случае, переложите ответственность на кого-либо или ссылайтесь на независимые от вас обстоятельства.

в) Убедите клиента, что это не ошибка и так должно быть.

33. Какие три «П» приводят к прибыли?

а) Практика, практика и еще раз практика.

б) Планирование, подготовка, практика.

в) Планирование, проверка, практика.

34. Как нужно относиться к покупателям?

а) Ко всем одинаково хорошо.

б) К постоянным клиентам лучше, чтобы они не ушли к конкурентам.

в) Лучше к новым покупателям, чтобы они привыкли покупать в нашем магазине.

35. Что такое «вау-эффект»?

а) Сильные положительные эмоции удивленного клиента.

б) Бессмысленный спор с клиентом.

в) Резкое снижение цен на продукцию.

36. Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:

а) индустрия сферы услуг;

в) инфраструктура сферы услуг;

б) третичный сектор экономики;

г) индустрия сервиса.

37. Совокупность отраслей, корпораций, учреждений и фирм, назначение которых связано с предоставлениями услуг, это:

а) индустрия сферы услуг;

в) инфраструктура сферы услуг;

б) третичный сектор экономики;

г) индустрия сервиса.

38. Классификация Кристофера Лавлока подразумевает деление услуг в зависимости от:

а) сферы применения;

в) направленности и осязаемости;

б) комплексности предоставляемых услуг;

г) уровня материальных затрат.

39. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- а) ателье;
- б) зал ожидания;
- в) контактная зона;
- г) комната для посетителей.

40. В процессе сервисной деятельности как результат технологического процесса изменяется _____ услуги:

- а) субъект;
- б) объект;
- в) время;
- г) объем.

41. Выражение «Потребитель всегда прав» означает, что:

- а) у потребителя нет обязанностей;
- б) потребитель «король», а исполнитель – «прислуга»;
- в) у исполнителя нет прав;
- г) потребитель всегда вправе ждать выполнения требований.

42. Общественным документом, разделяющим услуги по различным основаниям, является «Общероссийский _____ услуг населения»:

- а) перечень;
- б) список;
- в) классификатор;
- г) регламент.

43. Систематическое обновление перечня услуг, это показатель эффективности деятельности сервисной организации:

- а) качественный;
- б) количественный;
- в) функциональный;
- г) основной.

44. Эффективность деятельности сервисной организации определяется показателями:

- а) качественными;
- б) количественными;
- в) показателями общественной оценки;
- г) функциональными.

45. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) опрос, профессионализм, качество;
- б) услуга, спрос, специалист;
- в) деятельность, потребность и услуга.

46. Какие из перечисленных услуг в классификации, принятой у российских ученых, не включены в сервисную деятельность по сферам ее осуществления:

- а) бытовые услуги;
- б) услуги грузового и пассажирского транспорта, связи;
- в) жилищно-коммунальные услуги;
- г) управленческие услуги;

47. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) материально-преобразовательная;
- б) исследовательская;
- в) познавательная;
- г) потребительская (пользовательская);

48. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

- а) эмпирический и теоретический;
- б) оценочный и информационный;
- в) аналитический и экспертный.

49. Реклама, экспертиза, психодиагностика, имиджмейкерские услуги, художественно-оформительские услуги – это область сервиса в:

- а) материально-преобразовательной деятельности;
- б) исследовательской деятельности;
- в) познавательной деятельности;
- г) потребительской (пользовательской) деятельности.

50. К направлению сервисной деятельности, именуемому коммуникативной, можно отнести:

- а) рекламу;
- б) организацию презентаций, встреч;
- в) имиджмейкерские услуги;
- г) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете.

51. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

- а) спрос;
- б) потребность;
- в) мотивация;
- г) стресс.

52. Факторы, влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) природные или сформированные обществом черты человека;
- б) первичные (витальные) и социальные потребности;
- в) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- г) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе.

53. Иерархия потребностей предстает в виде лестницы из пяти ступеней:

- а) потребность в самореализации (самоутверждении) потребность в безопасности и благополучии, физиологические потребности, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении;
- б) физиологические потребности, потребность в безопасности и благополучии, потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в самореализации (самоутверждении);
- в) потребность в любви (принадлежности кому-либо), потребность в уважении, потребность в безопасности и благополучии, потребность в самореализации (самоутверждении), физиологические потребности.

54. Функциональная диверсификация в сфере сервиса – это требование соответствия объекта спроса:

- а) атмосфере его использования потребителем;
- б) духовной индивидуальности потребителя;
- в) физической индивидуальности потребителя;
- г) текущей моде.

55. Своей направленностью сервисная деятельность стремится преодолеть в людях:

- а) экзерцицию;
- б) тревожность;
- в) экзальтацию;
- г) неопределенность.

56. Средства, которые функционируют в содержании сервисной деятельности – это:

- а) баланс природы и общества;
- б) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;
- в) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;
- г) сохранение среды обитания.

57. Предоставление услуги можно подразделить на отдельные этапы:

- а) обеспечение необходимыми ресурсами;
- б) технологический процесс исполнения;
- в) контроль;
- г) проверка.

58. Согласно толковому словарю С.И. Ожегова, слово «услуга» имеет следующие значения:

- а) действие, приносящее пользу другому;

- б) деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений;
- в) работа (совокупность мероприятий), выполняемая для удовлетворения нужд и потребностей клиентов, обладающая законченностью и имеющая определенную стоимость;
- г) хозяйственные удобства, предоставляемые кому-нибудь.

59. Сфера обслуживания населения – это:

- а) совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению;
- б) деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах;
- в) деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

60. Основное и принципиальное отличие услуги от товара заключается в следующем:

- а) это отчужденный от производителя результат труда;
- б) это передача продукта в оптовую и розничную торговлю и последующая его продажа;
- в) фактически производство совмещено с потреблением.

61. Важная роль услуг в экономике обусловлена следующими факторами:

- а) высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства;
- б) услуга не может быть предложена клиенту в осязаемой форме до завершения процесса его обслуживания;
- в) относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход;
- г) коротким сроком получения платы за выполненные услуги.

62. Какие острые социальные проблемы сервис не в состоянии решать?

- а) нейтрализовать процессы социального неравенства;
- б) удовлетворить всю гамму запросов населения, так как объективно существуют ресурсные ограничения в процессе рыночного обмена;
- в) организовать на периферии, вдали от урбанизированных центров все виды услуг;
- г) способствовать укреплению связей, создавать индустрию гостеприимства; развивать доходную рекламу.

63. К профессиональным услугам относят:

- а) инжиниринг, лизинг, обслуживание и ремонт оборудования;
- б) банковские, страховые, финансовые, консультационные, рекламные услуги;
- в) телевидение, радио, образование, культура.

64. Услуга государственного сервиса является:

- а) непроизводственной, коммерческой, реальной, стандартизированной;
- б) производственной, коммерческой, реальной, легитимной;
- в) некоммерческой, общественной, стандартизированной, сложной.

65. Услуги, приобретаемые для личного потребления за счет личных средств – это:

- а) деловые услуги;
- б) институциональные услуги;
- в) потребительские услуги.

66. Схема определения товара на трех уровнях: «замысла», «реального исполнения» и «подкрепления» описал:

- а) Т. Левит;
- б) Ф.Котлер;
- в) Дуглас Норт.

67. Контактная зона – это:

- а) любое место, где производится услуга;

- б) место, где услуга может храниться;
- в) определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы.

68. Контактной зоной может считаться:

- а) стойка администратора в гостинице;
- б) цех по ремонту оборудования;
- в) строительная площадка;
- г) торговая площадка интернет-магазина.

69. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники;
- б) рабочее место парикмахера;
- в) рабочее место стоматолога;
- г) работа инженера по наладке оборудования.

70. Потребность в услугах, обеспеченная наличными денежными средствами населения, - это:

- а) конъюнктура рынка;
- б) эластичность спроса;
- с) платежеспособный спрос;
- д) специализированный спрос.

Методические рекомендации:

При использовании формы текущего контроля «Тестирование», студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85 -100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений)

(пороговый уровень)

1. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
2. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности.
3. Сфера сервиса в индустриальном и постиндустриальном мире.
4. Виды сервисной деятельности.
5. Технический, технологический и гуманитарный сервис.
6. Специфика и виды гуманитарного сервиса.
7. Социально-культурный сервис и его виды.
8. Управление бизнес-процессами как вид сервиса. Виды сервиса.
9. Основные характеристики современного мирового сервиса.
10. Экономический и социокультурный эффект от сервиса.
11. Сервис в Древнем мире и в Средневековье.
12. Познавательный и рекреационный «туризм» античности.
13. Путешествия в Римской империи.
14. Сервис в средневековье.
15. Сервис в XVIII и XIX веках.
16. Аристократические образовательные путешествия.
17. Лечебный и курортный сервис. Образовательный сервис.
18. Начала горного и спортивного сервиса.

19. Становление международного сервиса.
20. Промышленная революция и модернизация сервиса.
21. Сервис в XX веке.
22. Становление рекреационного сервиса.
23. Социальный и рабочий сервис.
24. От массового стандартизированного сервиса – к дифференцированному, эксклюзивному сервису.
25. История сервиса в России.
26. Становление сервисного бизнеса в России после 1991 г.
27. Предприятия сервиса.
28. Сервисные организации.
29. Государственное регулирование сервиса.
30. Гостиницы. Классификация гостиниц по номерному фонду, назначению, классу обслуживания.
31. Отечественная и зарубежная рейтинговые системы сервиса.
32. Предприятия общественного питания. Типы предприятий общественного питания: столовые, кафе, таверны, блинные, пельменные, пиццерии и т. п.).
33. Организации анимационного сервиса (национальные парки, тематические парки, спортивно восстановительные и досуговые комплексы).
34. Сервисные услуги: сущность, отличительные черты, структура.
35. Специфика сервисных услуг во внутреннем, въездном и международном туризме. Понятие «контактной зоны» как пространства реализации сервисной деятельности.
36. Сервисные услуги.
37. Ресторанные услуги. Стили ресторанного обслуживания: французский, русский, английский, венский, американский, шведский стол).
38. Транспортные услуги.
39. Анимационные услуги.
40. Сервис с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания.
41. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
42. Защита прав потребителя.
43. Система государственного контроля качества предоставляемых услуг.
44. Правила сервисного обслуживания населения в РФ.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «доклад, сообщение»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Доклад (сообщение) представлен(о) на высоком уровне (студент в полном объеме осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
4	Доклад (сообщение) представлен(о) на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
3	Доклад (сообщение) представлен(о) на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
2	Доклад (сообщение) представлен(о) на неудовлетворительном

	уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)
--	--

3. Разноуровневые задачи и задания

(базовый уровень)

Задание 1. Кейс: «Модель продукта»

Цель – выявить способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия сервисной индустрии, сервисного продукта в соответствии с требованиями потребителя.

Дано: Горнолыжные курорты Большого Сочи проводят презентацию новых и отелей кластера. Фирма-оператор получает возможность выбрать несколько отелей из предложенных (размещение 50% от базовой стоимости; семинары, завтрак, ланч и внутренний трансфер за счет принимающей стороны).

Задание 2. Составить модель программы. 7-дневного рекламного тура, с учетом целей поездки.

Задание 3. Кейс: «Анализ программы обслуживания»

Цель – выявить способность использовать нормативные документы по качеству продукта (ПК-42) Задание: провести анализ программы обслуживания разработанного продукта.

Дано: к летним каникулам студентам планируется предложить новый образовательный тур на Мальту для кратковременной интенсивной подготовки и сдачи экзамена по английскому языку на международный сертификат и разнообразной культурной программой. Программа - 14 дней (обучение и организованный досуг). Задание составить программу оценки продукта.

Задание 4. Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Цели и задачи развития технологических компетенций специалиста индустрии сервиса.
2. Разработка программы обучения сотрудников фирмы новым технологиям работы.
3. Источники данных для развития работы фирмы: проблемы поиска, формализации и интерпретации.
4. Цели и задачи стандартизации при формировании сервисных продуктов.
5. Тенденции изменения требований к технологиям работы сервисных фирм.

Задание 5. Презентация доклада (выступления), исследования

Тематика презентаций выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами курсовой работы, темами научных конференций.

Методические рекомендации:

На основе изучения основных теоретических положений следует сформулировать собственное обоснованное мнение по проблемам и возможным путям их решения в данной области управления (в зависимости от конкретной постановки вопроса).

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«разноуровневые задания и задачи»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Работа

	оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при решении задач в рамках освоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при решении задач
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими при решении задач в рамках усвоенного учебного материала

4. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

Задание. Терминологический диктант.

Цель – выявить сформированность компетенций для принятия и обоснования решений в организации сервисной деятельности. Запишите продиктованные 15 терминов, дайте им определение.

Заказчик - предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта сервисной услуги.

Исполнитель сервисной услуги - предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие сервисную услугу.

Описание сервисной услуги - информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания.

Пакетный тур – тур, в который включены все виды сервиса: передвижение, проживание, питание и пр.

Потребитель услуги - получатель услуги (потребитель, экскурсант, предприятие).

Программа обслуживания потребителя - перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых в определенной последовательности, времени, месте и условиях обслуживания.

Путешествие – поездка, предпринимаемая с мотивированной целью, не всегда коммерчески обоснованной, и нередко организованная самостоятельно, вне туристского бизнеса.

Разработчик - предприятие или гражданин-предприниматель, осуществляющий разработку проекта сервисной услуги.

Рекреационная емкость (территории) – это количество людей в единицу времени, приходящееся на единицу площади территории, в пределах которой возможно удовлетворение рекреационных потребностей человека (Коростелев Е. М.).

Сетевой отель – отель, который входит в "цепочку" отелей в других местностях, объединенных единым менеджментом и стандартами сервиса.

Технологическая карта сервисной деятельности - технологический документ, определяющий содержание программы и условий обслуживания туристов на конкретном маршруте.

Сервисная деятельность - набор сервисных услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю.

Сервисная услуга - результат деятельности сервисного предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей.

Сервисный пакет – сочетание разных видов сервиса в единый сервисный продукт, который является товаром в коммерческом сервисе.

Сервисный ресурс (потенциал) – набор и сочетание привлекательных качеств, объектов, условий определенной местности или события, которые могут стать основанием для создания специального сервиса.

Услуга – часть сервисной деятельности, предназначенная для удовлетворения каких-либо запросов потребителя.

Гостеприимство в сфере обслуживания — это важный показатель качества предоставляемых услуг, способствующий обеспечению психологического комфорта потребителя.

Методические рекомендации:

1. *Определить цель анализа. Четко сформулировать, что требуется достичь и какие результаты должны быть получены.*
2. *Собрать необходимые данные. Для проведения анализа нужно собрать все необходимые данные: информацию о бизнес-процессов*
3. *Определить ключевые переменные. Определить, какие переменные будут влиять на процесс и как их можно изменить для достижения цели.*
4. *Построить модель процесса. На основе собранных данных и определенных ключевых переменных построить математическую модель процесса.*
5. *Оценить эффективность процесса. Оценить текущую эффективность процесса и определить, какие улучшения можно внести для достижения цели.*
6. *Предложить альтернативные варианты решения. Разработать альтернативные варианты решения задачи на основе математической модели и выбрать оптимальный вариант.*
7. *Определить ключевые переменные. Определить, какие переменные будут влиять на процесс и как их можно изменить для достижения цели.*
8. *Построить модель процесса. На основе собранных данных и определенных ключевых переменных построить математическую модель процесса.*
9. *Оценить эффективность процесса. Оценить текущую эффективность процесса и определить, какие улучшения можно внести для достижения цели.*
10. *Предложить альтернативные варианты решения. Разработать альтернативные варианты решения задачи на основе математической модели и выбрать оптимальный вариант.*

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«практическое задание»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

5. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет)

1. Цели и задачи изучения дисциплины «Организация гостеприимства в сервисной деятельности». Междисциплинарный характер дисциплины.
2. Основные термины и понятия. Сущность понятий «сервис» и «сервисная деятельность».
3. Основные задачи системы сервиса. Сервис как деятельность: функции сервиса.
4. История сервисной деятельности.
5. Характеристика признаков сервиса индустриального общества.
6. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека.
7. Теоретические основания сервисной деятельности. Подход к изучению сервисной деятельности в рамках «общества потребления».
8. Виды сервисной деятельности.
9. Тенденции и принципы современного сервиса.
10. Общероссийский классификатор услуг населению – ОКУН (ОК 002-93).
11. Обслуживание: понятие, цель формы и методы.
12. Качество услуг сервисной деятельности.
13. Качество услуги с точки зрения потребителя.
14. Показатель качества услуги (обслуживания).
15. Сущность понятия «услуга». Классификация услуг.
16. Жизненный цикл услуги (ЖЦУ).
17. Виды услуг (услуги общественного питания, гостиничные услуги, туристские услуги, сервисная деятельность в сфере рекреации, отдыха и развлечений).
18. Сущность понятия «контактная зона». Сценарий обслуживания.
19. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.
20. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания.
21. Понятие «культура сервисного обслуживания».
22. Профессиональные характеристики сотрудника сферы сервиса.
23. Психологические особенности процесса обслуживания клиентов.
24. Этика обслуживания.
25. Служебный этикет работников сервисной деятельности. Эстетика обслуживания.
26. Сущностные характеристики информационной услуги. Виды информационных услуг.
27. Общая характеристика сервисного права.
28. Защита прав потребителя.

Критерии и шкала оценивания к промежуточной аттестации «зачет»

Шкала оценивания (зачет)	Критерий оценивания
Зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при

	выполнении практических задач.
	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
Не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)